



# Wyniki finansowe 1H'2015

26 sierpnia 2015 r.

Grupa Kapitałowa Cyfrowy Polsat S.A.



# Oświadczenie



Informacje zawarte w niniejszej prezentacji mogą zawierać stwierdzenia odnoszące się do przyszłych oczekiwań, rozumiane jako wszystkie stwierdzenia (z wyjątkiem dotyczących faktów historycznych) w odniesieniu do naszych wyników finansowych, strategii biznesowej oraz celów i planów dotyczących przyszłej działalności (łącznie z planami odnośnie rozwoju naszych produktów i usług). Stwierdzenia te nie stanowią gwarancji przyszłych wyników oraz wiążą się z ryzykiem i brakiem pewności realizacji tych oczekiwań, gdyż ze swej natury podlegają wielu założeniom, ryzykom i niepewności. Rzeczywiste wyniki mogą zasadniczo różnić się od tych, które wyrażono lub których można oczekiwać na podstawie stwierdzeń odnoszących się do przyszłych oczekiwań. Nawet jeśli nasze wyniki finansowe, strategia biznesowa oraz cele i plany dotyczące naszej przyszłej działalności są zgodne z zawartymi w prezentacji stwierdzeniami dotyczącymi przyszłych oczekiwań, nie musi to oznaczać, że te stwierdzenia będą prawdziwe dla kolejnych okresów. Stwierdzenia te wyrażają nasze stanowisko na dzień sporządzenia prezentacji.

Nie podejmujemy żadnego zobowiązania do publikowania jakichkolwiek korekt czy aktualizacji stwierdzeń zawartych w prezentacji w celu odzwierciedlenia zmian naszych oczekiwań, zmian okoliczności, na których oparte zostały te stwierdzenia czy też zdarzeń zaistniałych po dacie sporządzenia niniejszej prezentacji.

W związku z rozpoczętą z dniem 7 maja 2014 r. konsolidacją wyników Metelem Holding Company Limited, pośrednio kontrolującej Polkomtel, Spółka postanowiła dostosować sposób prezentacji danych operacyjnych do nowej struktury i sposobu działania naszej Grupy. W poniższej prezentacji przedstawiony został nowy układ wskaźników operacyjnych (KPI) obejmujących naszą działalność w obszarach telekomunikacji i płatnej telewizji. Prezentowane wskaźniki operacyjne sprzed tego okresu mają jedynie charakter informacyjny oraz przedstawiają, jaki wpływ na wyniki operacyjne Grupy miałyby wyniki operacyjne grupy Metelem, a w szczególności Polkomtelu, gdyby wchodziła ona w skład Grupy Polsat w porównywanym okresie. Wskaźniki te zostały przygotowane wyłącznie w celach ilustracyjnych i ze względu na swój charakter prezentują hipotetyczną sytuację, dlatego też nie przedstawiają rzeczywistych wyników operacyjnych Grupy za dane okresy.



# Spis treści

---



1. Najważniejsze wydarzenia
2. Działalność operacyjna
3. Wyniki finansowe
4. Q&A



# 1. Najważniejsze wydarzenia

**Tomasz Gillner-Gorywoda**

Prezes Zarządu

# Główne fakty – 2Q'15<sup>(1)</sup>






**6,0 mln**  
klientów kontraktowych

**2,07** RGU  
na klienta  
**87,0 PLN** ARPU  
na klienta

**24,7%** udziału  
w oglądalności

**16,3 mln** RGU  
**12,4 mln** usługi kontraktowe  
**4,0 mln** usługi przedpłacone

 **10,3 mln** Telefon  
 **4,4 mln** Telewizja  
 **1,7 mln** Internet

**25,4%** udziału  
w rynku reklamy tv

Nota: (1) Dane zaokrąglone



# Główne fakty – 2Q'15



**2.469** mln PLN  
przychody

**977** mln PLN  
EBITDA  
**39,6%** marża EBITDA

**680/1.491** mln PLN  
FCF (2Q'15/LTM)

**3,0x**  
dług netto/EBITDA



# Najważniejsze wydarzenia



## Korporacyjne

- Emisja obligacji niezabezpieczonych o wartości 1 mld zł i oprocentowaniu WIBOR 6M+250bps. Obligacje notowane są w alternatywnym systemie obrotu na Catalyst
- Przedterminowa spłata 1 mld zł w ramach SFA CP
- Kontynuacja procesu refinansowania kredytów SFA CP i PLK

## Produkty i usługi

- Nowa odsłona programu smartDOM. Odświeżona oferta pozwala na zakup nawet 6 usług, z czego 5 jest rabatowanych
- Przełączenie (od października 2015 r.) usług telewizyjnych CP na system kompresji MPEG-4



## 2. Działalność operacyjna

A horizontal decorative bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the section header.





## 2.1 Segment usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym

**Tomasz Gillner-Gorywoda**

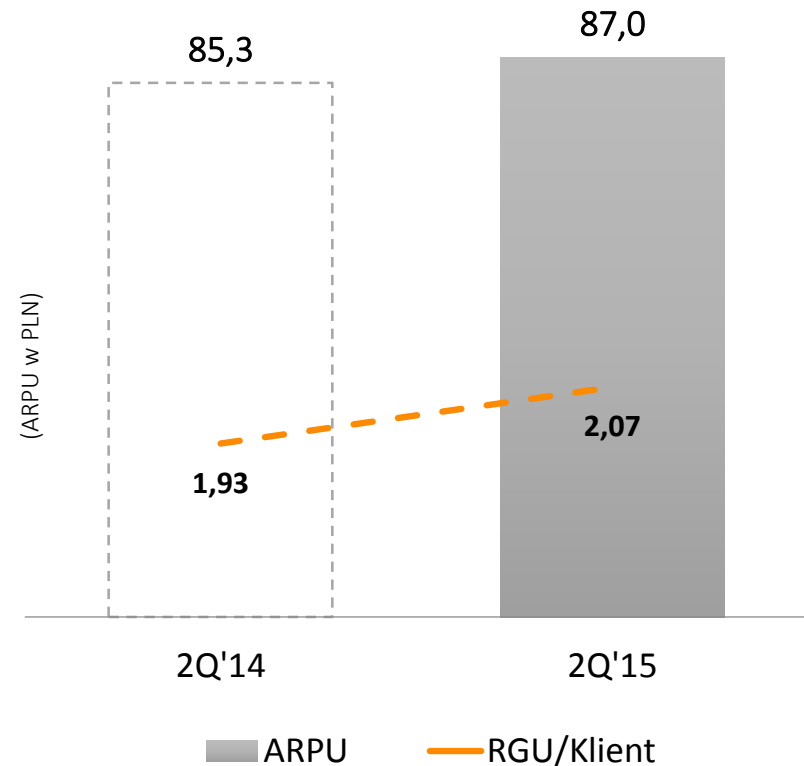
Prezes Zarządu



# Skuteczna realizacja strategii



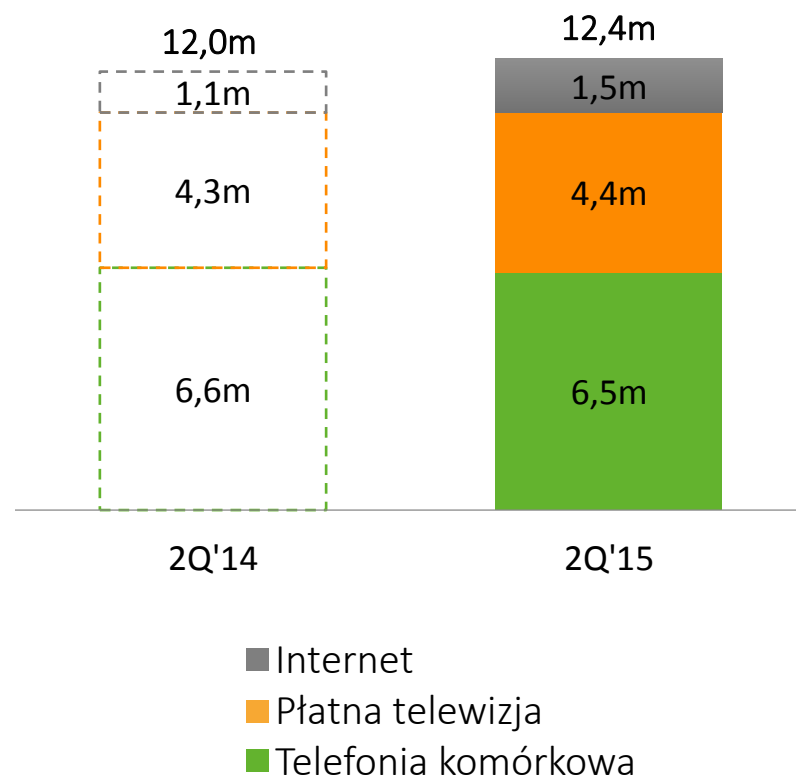
- Baza klientów kontraktowych wynosząca 6,0 mln
- Wskaźnik churn na poziomie 10,1% w efekcie kumulacji kończących się kontraktów płatnej telewizji w 1H'15
- Konsekwentna realizacja strategii, skutkująca wzrostem nasycenia bazy usługami kontraktowymi
- Wyraźny wzrost ARPU na klienta o 2,0% r/r



# Stabilny wzrost usług kontraktowych



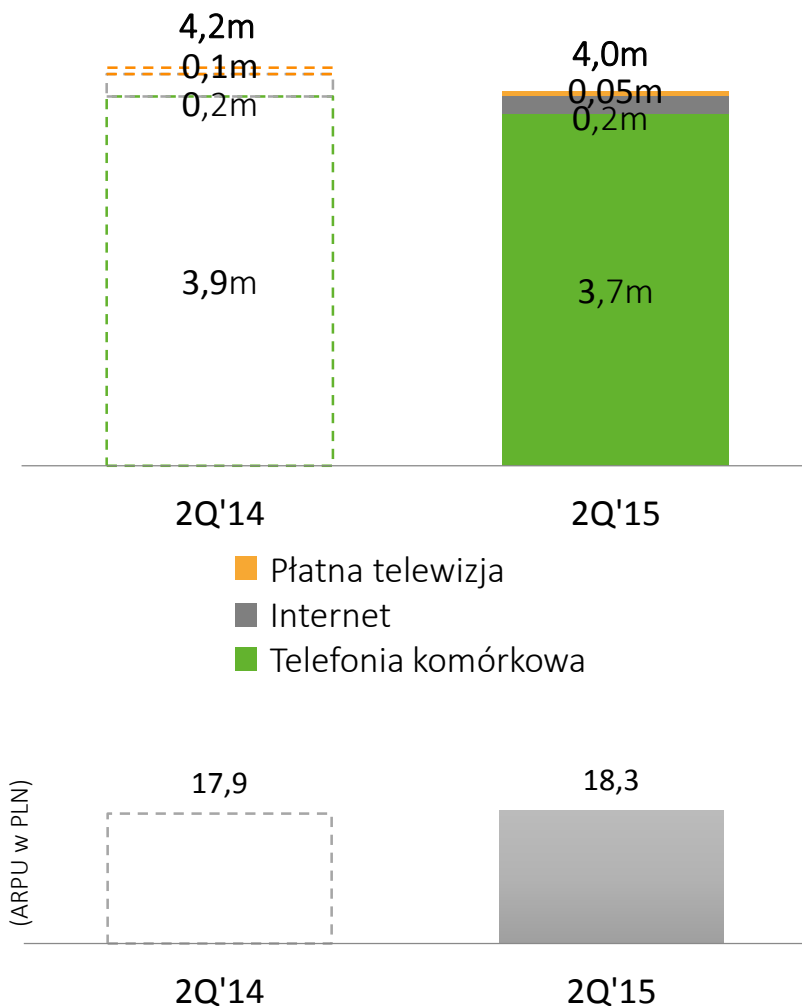
- Wzrost całkowitej bazy usług kontraktowych o 2,9%
- Liczba klientów kontraktowego Internetu zbliża się do 1,5 mln, co jest efektem skutecznego nasycania bazy klientów usługami zintegrowanymi
- 2,8% wzrost RGU płatnej telewizji dzięki utrzymującemu się popytowi na usługę Multiroom
- Lekki spadek RGU telefonii komórkowej na skutek wysoce konkurencyjnego rynku



# Usługi przedpłacone

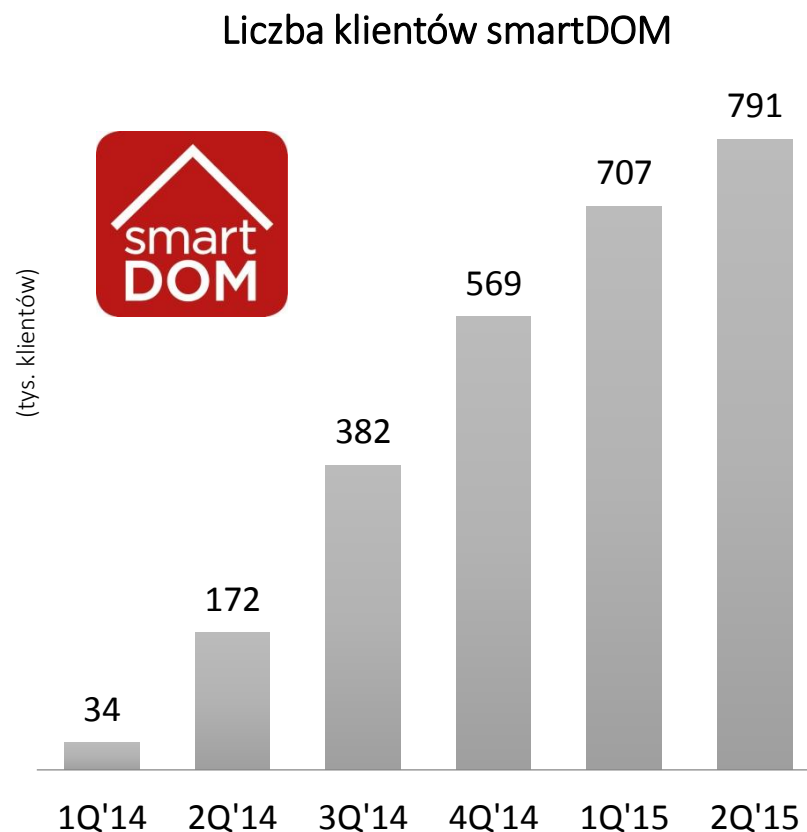


- Baza RGU usług przedpłaconych głównie pod wpływem obserwowanej na całym rynku stopniowej migracji klientów prepaid do rozwiązań kontraktowych
- ARPU rośnie w tempie 2,6% r/r: przy stabilnym poziomie cenowym w tym segmencie
- Wzrost konsumpcji danych przez smartfony oraz wyższe wolumeny wymienianego ruchu pozytywnie odzwierciedlają się w kondycji ARPU



# Sukces strategii multiplay

- Stabilny wzrost nasycenia bazy klientów kontraktowych usługami zintegrowanymi
- Już 791 tys. klientów zakupiło dodatkowe usługi w ramach oferty smartDOM
- Liczba RGU posiadanych przez tę grupę klientów wynosi 2,41 mln

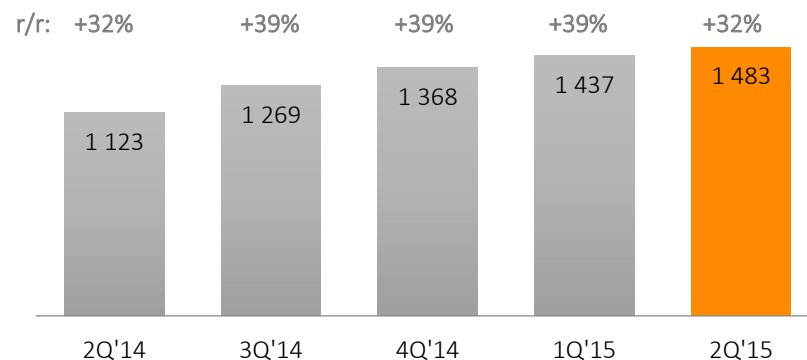


# Dynamicznie rosnąca baza użytkowników Internetu mobilnego i smartfonów

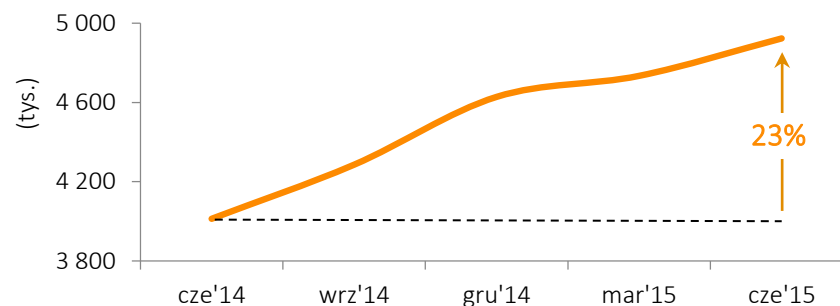


- Sukcesywnie zwiększany zasięg, jak również skuteczna strategia multiplay pozwala utrzymać tempo pozyskania nowych RGU Internetu mobilnego
- Już ponad 2300 stacji bazowych działa w technologii LTE800, przez co klienci Plusa i Cyfrowego Polsatu korzystają z największego zasięgu LTE
- Ciągły wzrost liczby użytkowników smartfonów – w 2Q'15 stanowiły one ok. 90% całkowitej sprzedaży telefonów
- W efekcie, w czerwcu 2015 r. 4,9m kart zalogowanych w naszej sieci aktywnie korzystało z transmisji danych

### Wzrost bazy kontraktowych RGU Internetu



### Liczba aktywnych użytkowników transmisji danych<sup>(1)</sup>



Nota: (1) Zawiera kontraktowe RGU Internetu, jak również pozostałe karty SIM, których transfer danych przekraczał 1MB w danym miesiącu





## 2.2 Segment nadawania i produkcji telewizyjnej

**Maciej Stec**  
Członek Zarządu

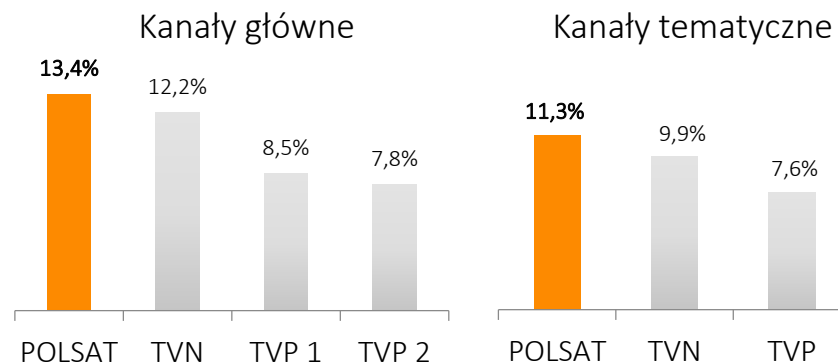


# Oglądalność naszych kanałów w 2Q'15

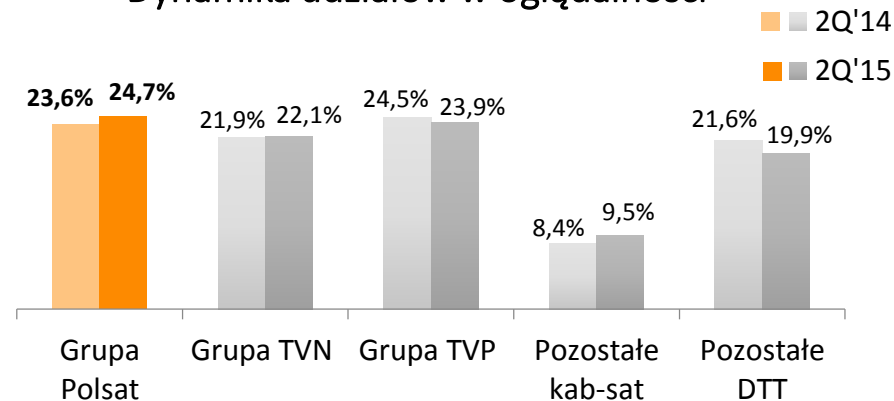


- Kanał główny oraz Grupa Polsat liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Bardzo pozytywny efekt poczynionych inwestycji programowych w kanały TV4 i TV6

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne



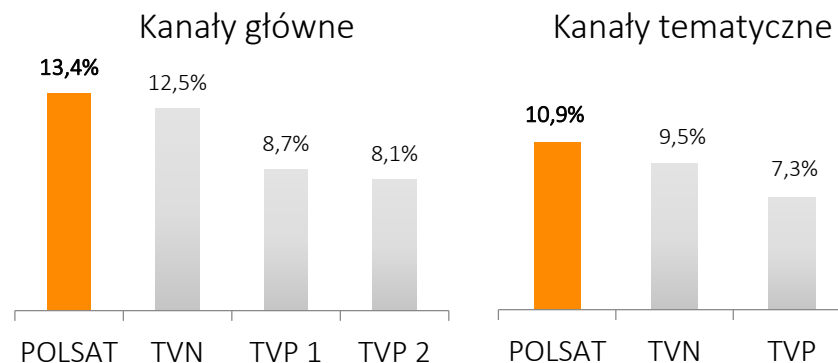


# Oglądalność naszych kanałów w 1H'15

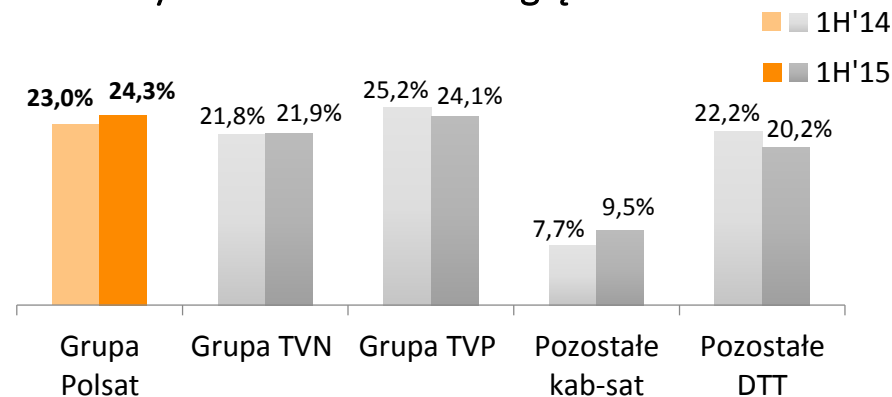


- Ponownie kanał główny Polsatu oraz grupy kanałów tematycznych Polsatu liderami oglądalności w grupie komercyjnej
- Wyniki oglądalności Grupy Polsat zgodne ze strategią

## Udział w oglądalności



## Dynamika udziałów w oglądalności



Źródło: NAM, wszyscy 16-49, cała doba; SHR%, analizy wewnętrzne

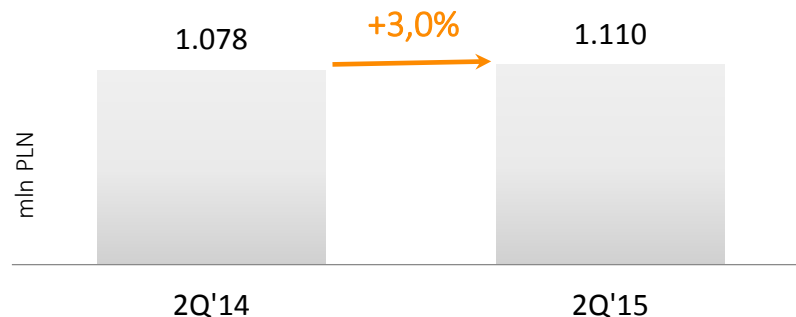


# Pozycja na rynku reklamy w 2Q'15

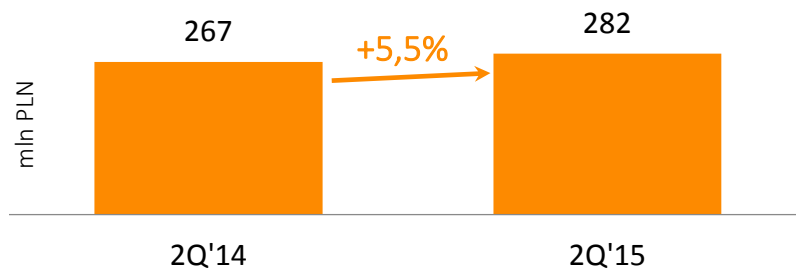


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 2Q'15 wzrósł r/r o 3,0%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 25,4%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink

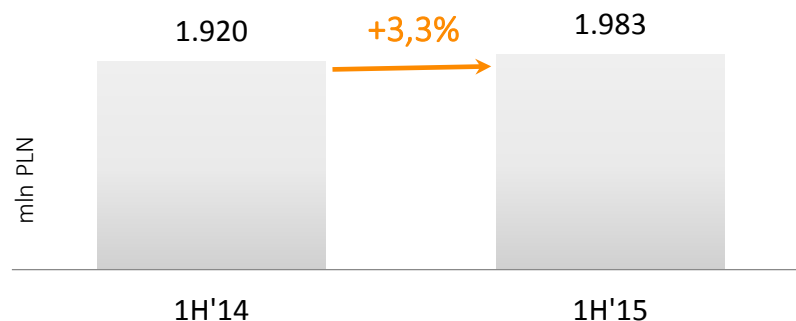


# Pozycja na rynku reklamy w 1H'15

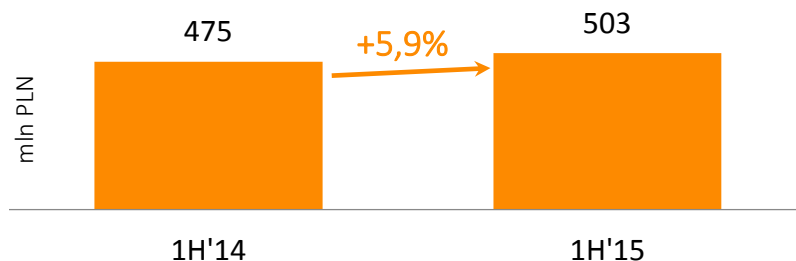


- Rynek reklamy telewizyjnej i sponsoringu w 1H'15 wzrósł r/r o 3,3%
- Przychody z reklamy telewizyjnej i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat rosną szybciej niż rynek
- Nasz udział w rynku reklamy telewizyjnej wzrósł do 25,3%

## Wydatki na reklamę i sponsoring



## Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat<sup>(1)</sup>



Źródło: Starlink, reklama spotowa i sponsoring; TV Polsat; analizy wewnętrzne  
Nota: (1) Przychody z reklamy i sponsoringu Grupy Telewizji Polsat wg definicji Starlink



# 3. Wyniki finansowe

A horizontal bar with a gradient from orange on the left to green on the right, positioned below the title.

**Tomasz Szelaąg**

Członek Zarządu, CFO

# Wyniki finansowe grupy w 2Q'15



mln PLN	2Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.469	41%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.506	45%
EBITDA	977	38%
Marża EBITDA	39,6%	(1,0pkt%)
Zysk netto	305	130%

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem za cały kwartał (w okresie porównawczym konsolidacja od 7 maja 2014 r.)
- Po wyłączeniu wyników Metelem, przychody rosną w tempie +5,7% r/r, a EBITDA zwiększyła się o 9,7%
- Zysk netto rośnie do poziomu 305 mln PLN, głównie w efekcie postępującej optymalizacji struktury finansowania działalności Grupy Polsat

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 2Q'15



mln PLN	2Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	2.171	49%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	1.341	54%
EBITDA	844	42%
Marża EBITDA	38,9%	(1,7pkt%)
Zysk netto	211	30%

- Wyłączając efekt konsolidacji Metelem, wzrost przychodów o 4,9% spowodowany przede wszystkim wyższymi przychodami telekomunikacyjnymi
- Pomimo rosnących kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu, EBITDA segmentu po wyłączeniu konsolidacji Metelem rośnie w tempie 6,6% w efekcie m.in. niższych kosztów marketingu oraz obsługi i utrzymania klienta

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 2Q'15



mIn PLN	2Q'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	346	6%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	213	2%
EBITDA	134	15%
Marża EBITDA	38,6%	2,8pkt%
Zysk netto	109	3%

- Wzrost przychodów głównie dzięki monetyzacji wyższych udziałów w oglądalności kanałów TV4 i TV6 oraz uruchomionemu w maju 2014 r. nowego kanału Disco Polo Music
- Kontrola kosztów operacyjnych pozytywnie wpływa na poprawę wyniku EBITDA i marży EBITDA

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



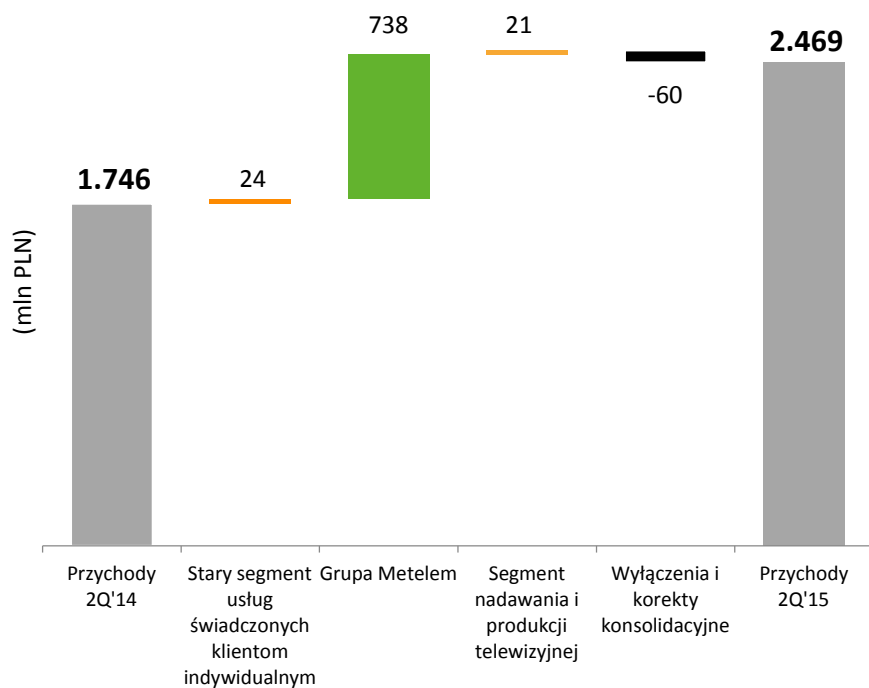
# Przychody i koszty – czynniki zmian 2Q'15



## Przychody ze sprzedaży

zmiana r/r

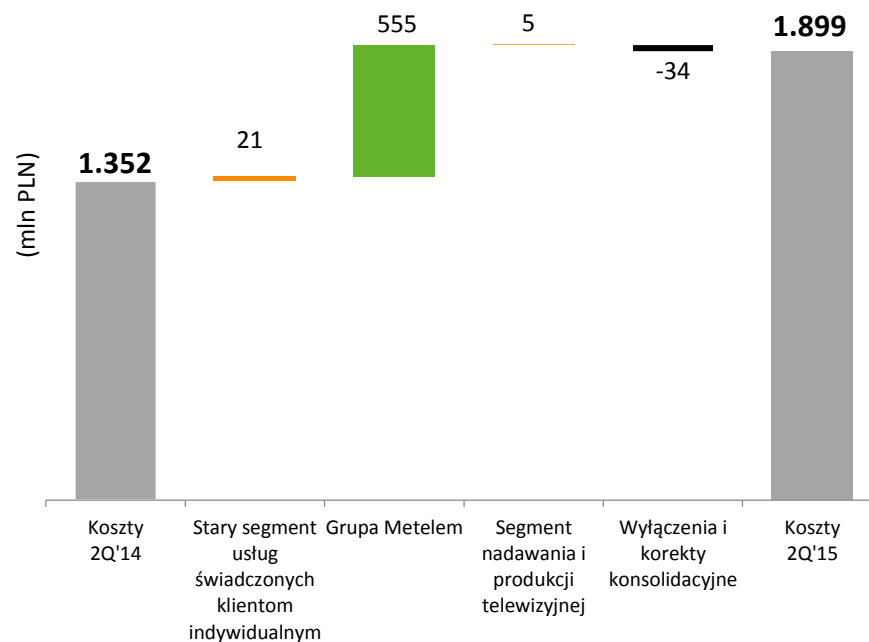
**+41%**  
**+723 mln**



## Koszty operacyjne

zmiana r/r

**+41%**  
**+548 mln**



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

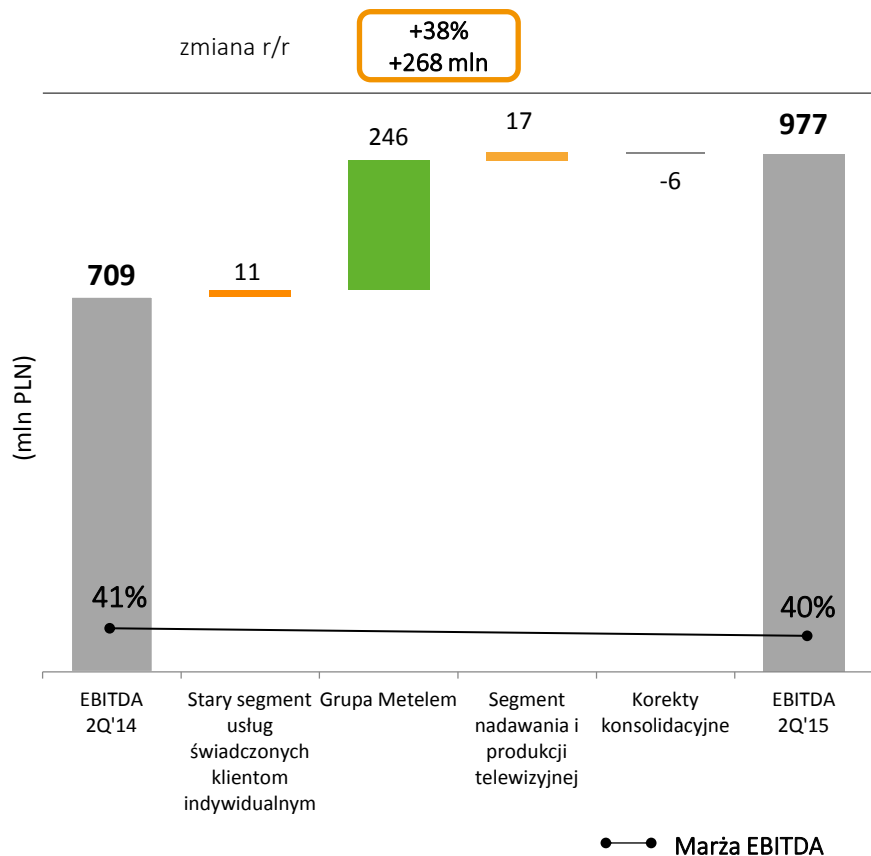




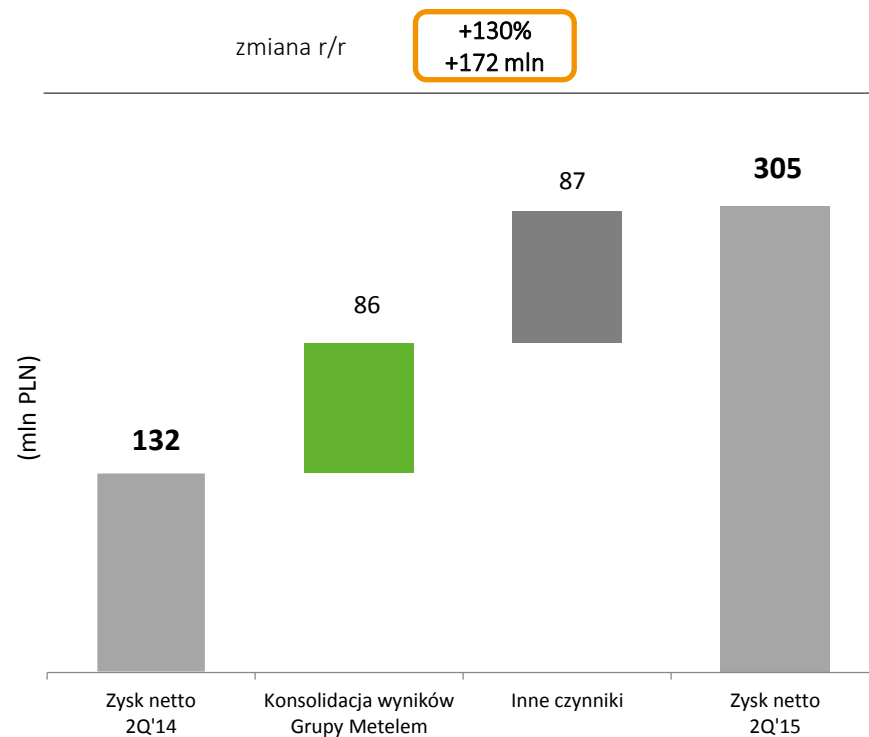
# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 2Q'15



## EBITDA



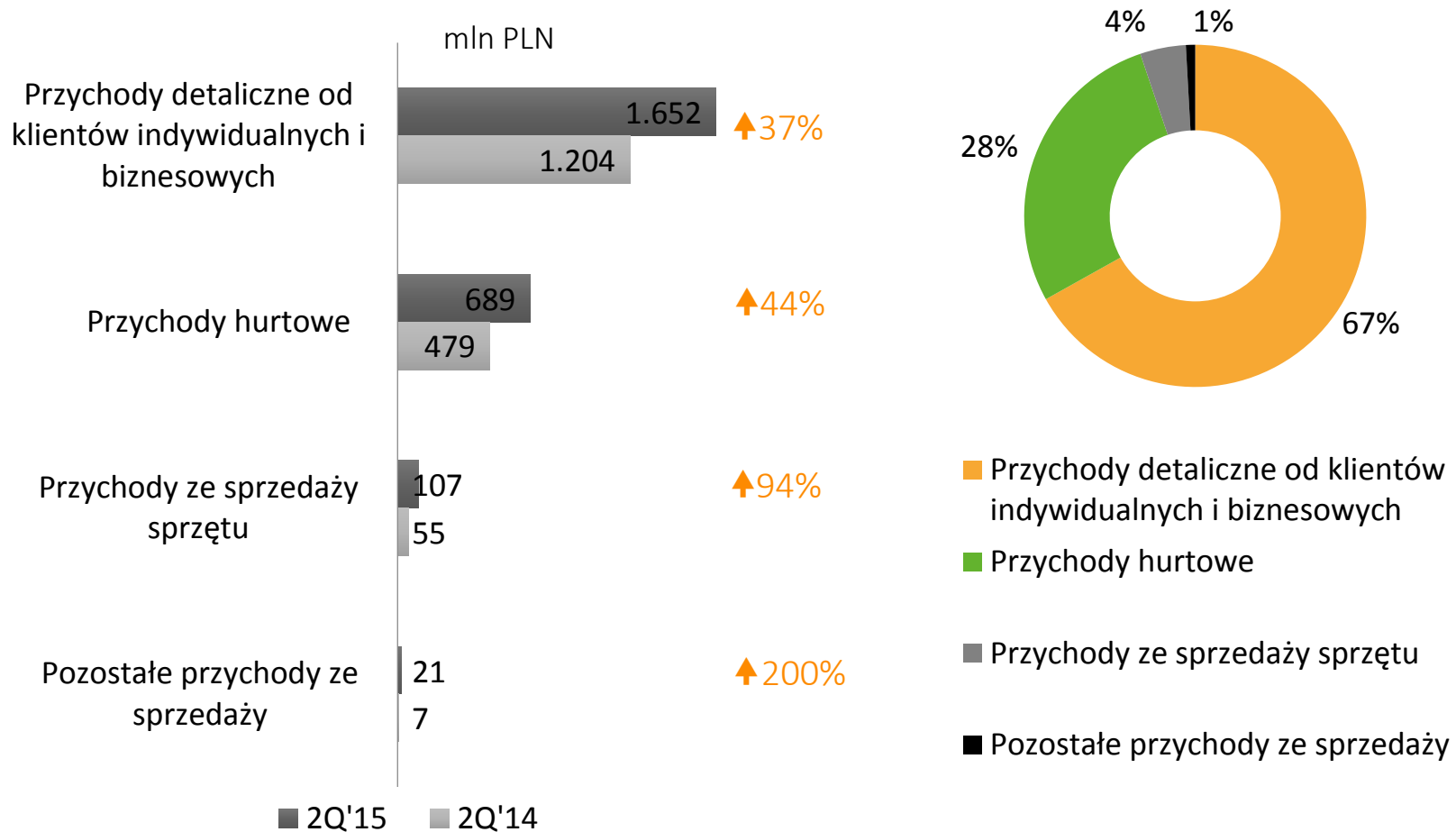
## Zysk netto



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura przychodów ze sprzedaży w 2Q'15

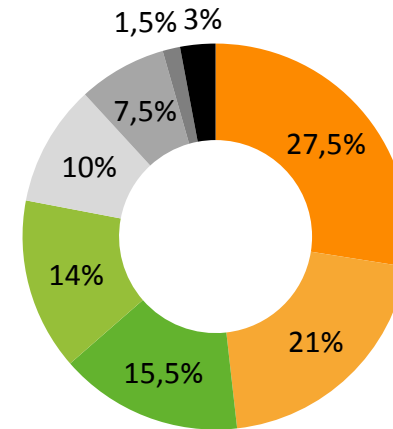
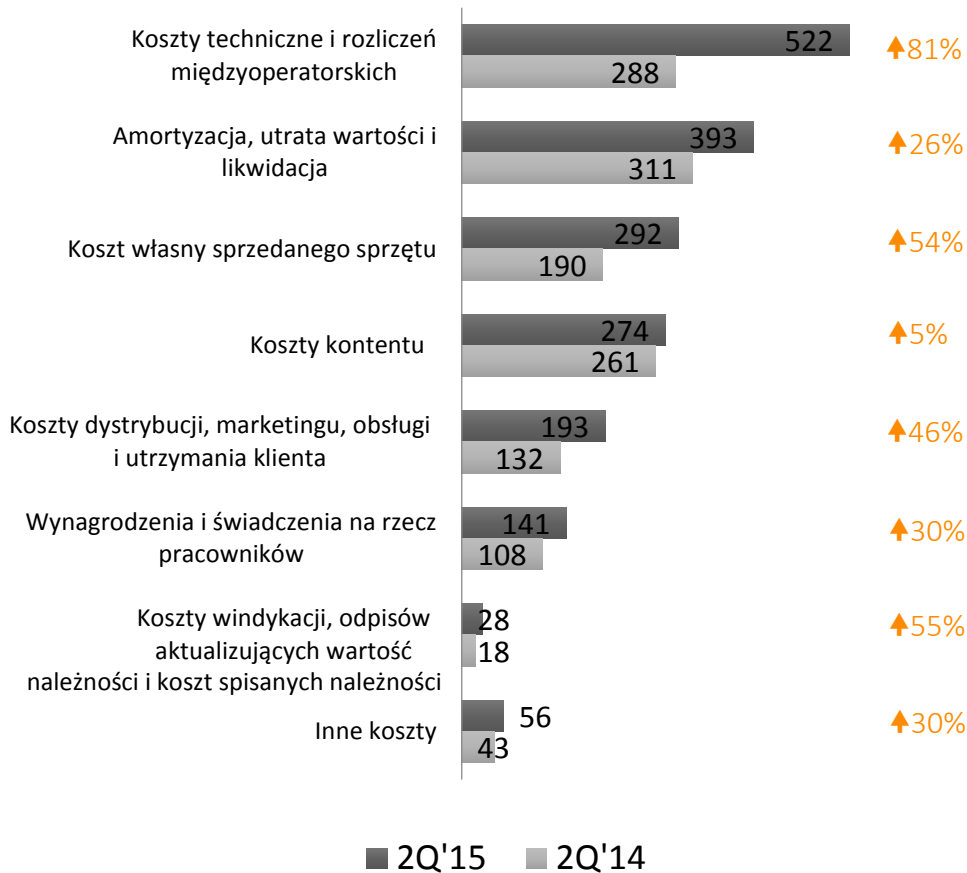


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

# Struktura kosztów operacyjnych w 2Q'15



mln PLN

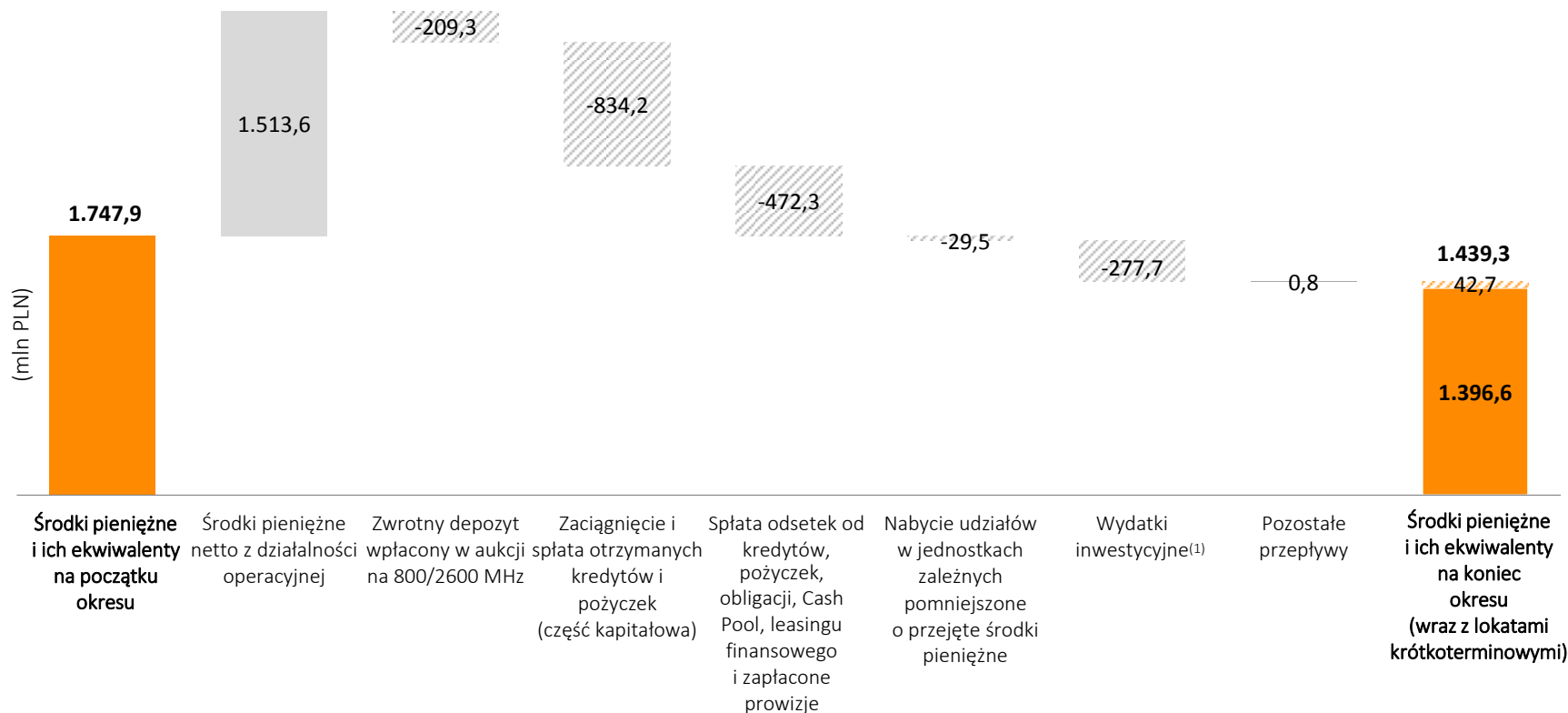


- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja
- Koszt własny sprzedanego sprzętu
- Koszty kontentu
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności
- Inne koszty

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# Rachunek przepływów pieniężnych w 1H'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

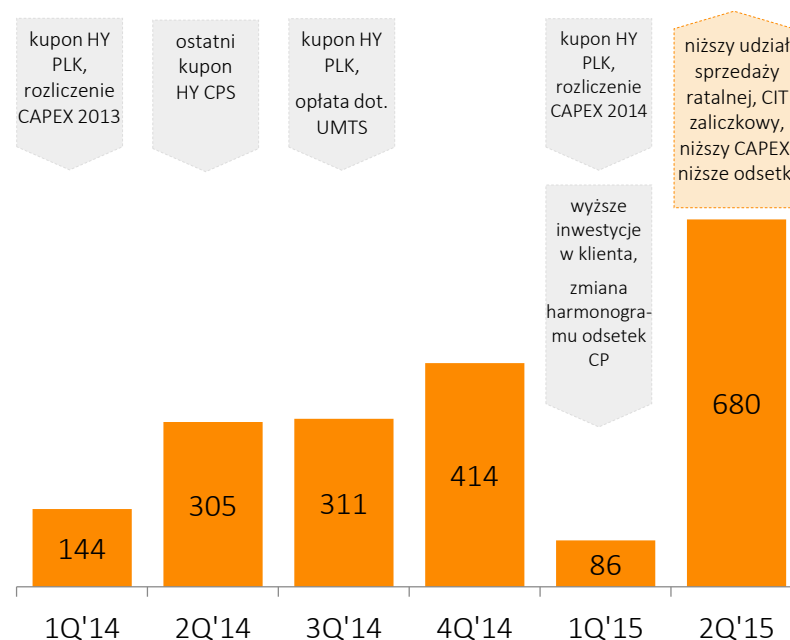
Nota: (1) Nie zawierają wydatków na udostępnione klientom zestawy odbiorcze



# Uzgodnienie FCF po odsetkach

mIn PLN	2Q'15
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	887
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	-139
Splata odsetek od kredytów, pożyczek, Cash Pool <sup>(1)</sup>	-114
<b>FCF po odsetkach</b>	<b>633</b>
Depozyt zwrotny dot. aukcji 800/2600 MHz	22
Nabycie udziałów w spółkach	25
<b>Skorygowany FCF po odsetkach</b>	<b>680</b>

## Skorygowany FCF po odsetkach (2014 proforma)<sup>(2)</sup>



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

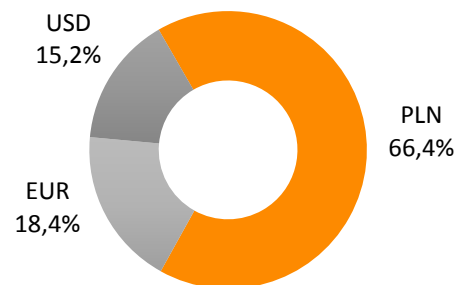
Nota: (1) Obejmują wpływ instrumentów IRS/CIRS/forward, nie zawiera pozycji jednorazowych ( premia za wcześniejszą spłatę obligacji oraz zapłaty za koszty związane z pozyskaniem finansowania); (2) Uwzględnia korektę dotyczącą przejściowych rozliczeń VAT

# Zadłużenie grupy na 30 czerwca 2015 r.

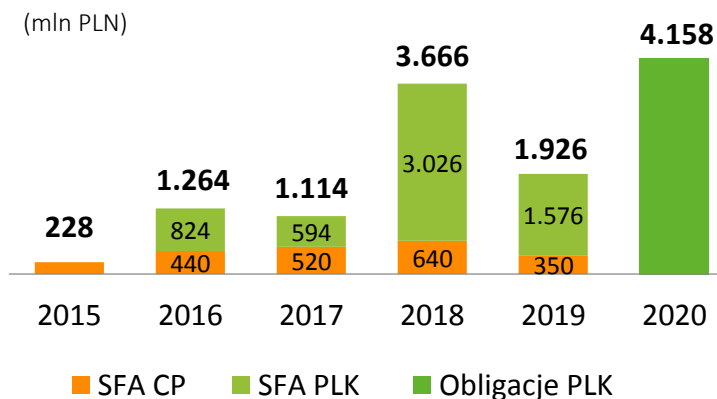


mln PLN	Wartość bilansowa	Wartość nominalna
Kredyt Terminowy (PLN)	2.145	2.178
Kredyt Rewolwingowy	70	70
Kredyt PLK – Transza A (PLN)	1.414	1.418
Kredyt PLK – Transza B (PLN)	3.010	3.026
Kredyt PLK – Transza C (PLN)	1.565	1.576
Kredyt rewolwingowy PLK	0	0
Obligacje Senior Notes PLK EUR <sup>1</sup>	2.778	2.276
Obligacje Senior Notes PLK USD <sup>2</sup>	2.284	1.882
Leasing	19	19
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty <sup>3</sup>	1.440	1.440
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>11.846</b>	<b>11.006</b>
EBITDA LTM	3.621	3.621
<b>Zadłużenie netto / EBITDA LTM</b>	<b>3,3x</b>	<b>3,0x</b>

## Struktura walutowa zadłużenia<sup>4</sup>



## Zapadalność długu<sup>4</sup>



<sup>1</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR, przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 30 czerwca 2015 roku na poziomie 4,1944 PLN/EUR. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

<sup>2</sup> Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 500 mln USD, przeliczona według kursu NBP z dnia 30 czerwca 2015 roku na poziomie 3,7645 PLN/USD. Wartość bilansowa obligacji została określona na podstawie wartości godziwej na moment nabycia spółki Metelem.

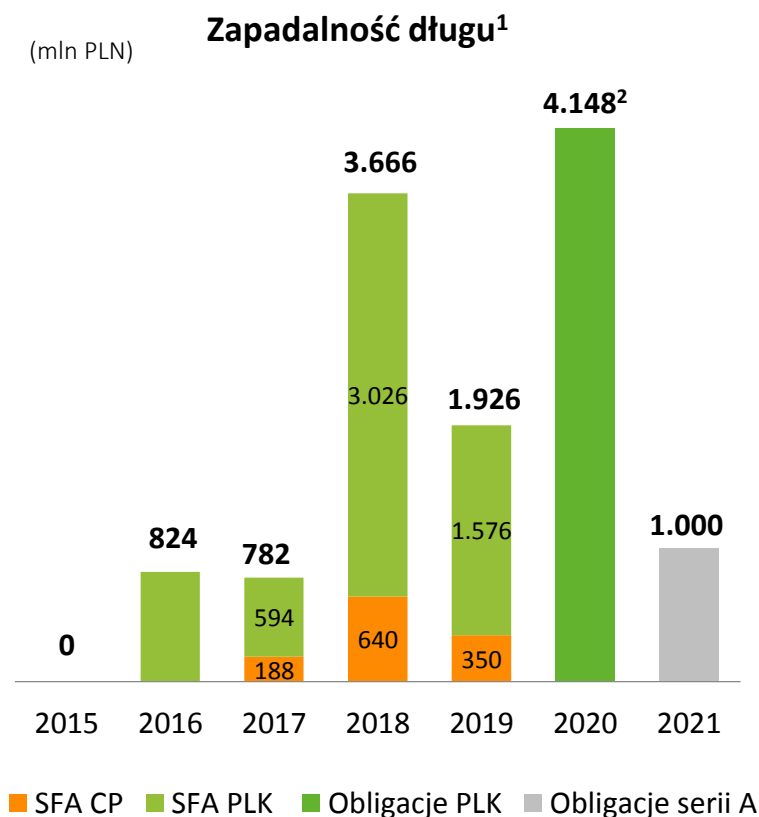
<sup>3</sup> Pozycja zawiera wartość środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, w tym środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania oraz lokat krótkoterminowych

<sup>4</sup> Nominalna wartość długu, bez RCF

# Zadłużenie grupy na 24 sierpnia 2015 r.



- W wyniku dokonanej w dniu 21 lipca emisji Obligacji Serii A w kwocie nominalnej 1.000 zł oraz dokonanej w dniu 29 lipca 2015 r. dobrowolnej wcześniejszej przedpłaty Kredytu Terminowego w wysokości 1mld zł struktura zapadalności zadłużenia Grupy uległy zmianie po dacie bilansowej
- Zaprezentowany wykres przedstawia strukturę walutową zadłużenia finansowego Grupy, wyrażonego w wartościach nominalnych z wyłączeniem zadłużenia wynikającego z Kredytu Rewolwingowego, na dzień 24 sierpnia 2015 r.



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Nominalna wartość długu, bez RCF

(2) Nominalna wartość obligacji Senior Notes PLK 542,5 mln EUR i 500 mln USD przeliczona według średniego kursu NBP z dnia 24 sierpnia 2015 roku na poziomie, odpowiednio, 4,2390 PLN/EUR i 3,6971 PLN/USD





# 4. Q&A





# 5. Aneks



# Wyniki finansowe grupy w 1H'15



mln PLN	1H'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	4.798	94%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	2.947	98%
EBITDA	1.874	89%
Marża EBITDA	39,0%	(1,1pkt%)
Zysk netto	475	106%

- Wzrost głównych pozycji rachunku wyników spowodowany głównie konsolidacją wyników grupy Metelem od 7 maja 2014 r.

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu usług świadczonych klientom indywidualnym i biznesowym w 1H'15



mln PLN	1H'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	4.261	118%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	2.643	123%
EBITDA	1.640	112%
Marża EBITDA	38,5%	(1,1pkt%)
Zysk netto	518	169%

- Wyłączając efekt konsolidacji Metelem, wzrost przychodów ze sprzedaży o 5,4% spowodowany przede wszystkim wyższymi przychodami telekomunikacyjnymi
- Dynamika wzrostu kosztów, po wyłączeniu konsolidacji Metelem głównie pod wpływem wyższych kosztów transmisji danych, wynikających głównie z przyrostu liczby użytkowników usług mobilnego Internetu

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



# Wyniki segmentu nadawania i produkcji telewizyjnej w 1H'15



mIn PLN	1H'15	zmiana r/r
Przychody ze sprzedaży	629	6%
Koszty operacyjne <sup>(1)</sup>	395	6%
EBITDA	234	8%
Marża EBITDA	37,2%	0,5pkt%
Zysk netto	190	3%

- Wzrost przychodów głównie dzięki monetyzacji wyższych udziałów w oglądalności kanałów TV4 i TV6 oraz uruchomionemu w maju 2014 r. nowego kanału Disco Polo Music
- Wzrost kosztów związany jest z dodatkowymi inwestycjami w ofertę programową kanału TV4, a także wyższymi kosztami licencji sportowych (związanych z Eliminacjami Mistrzostw Europy 2016)

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

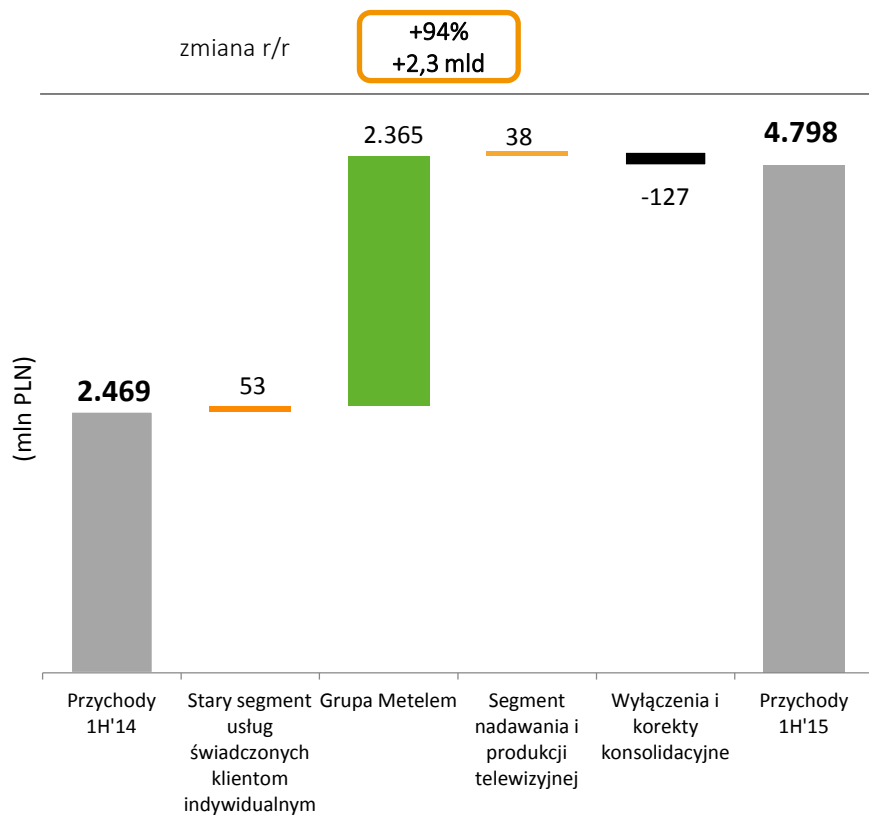
Nota: (1) Koszty nie uwzględniają amortyzacji, utraty wartości i likwidacji



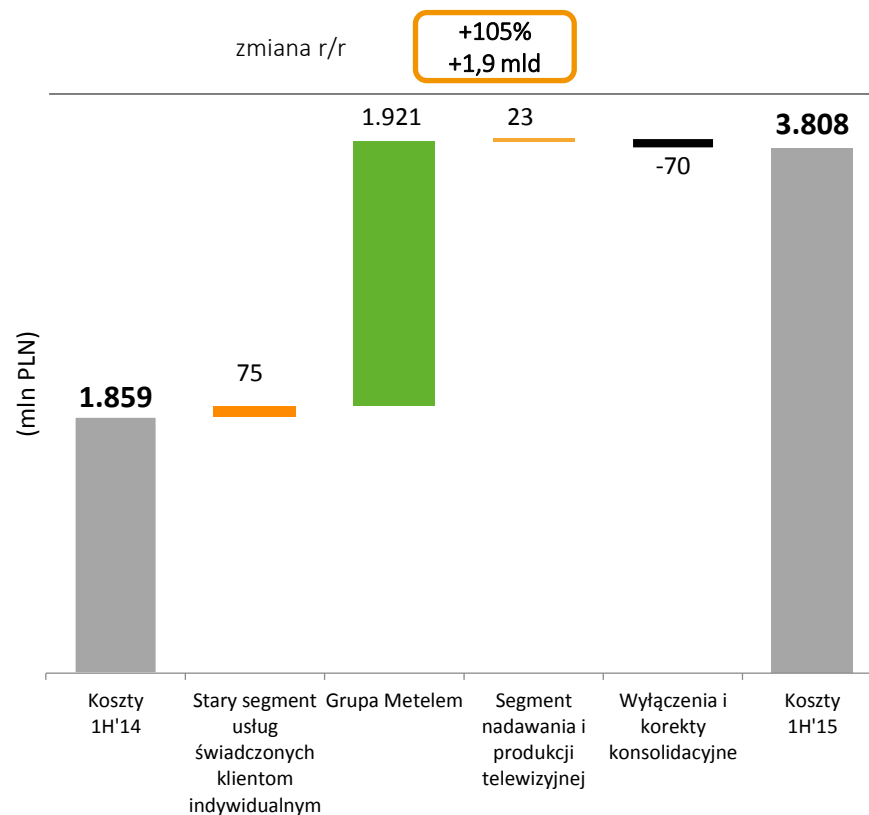
# Przychody i koszty – czynniki zmian 1H'15



## Przychody ze sprzedaży



## Koszty operacyjne



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



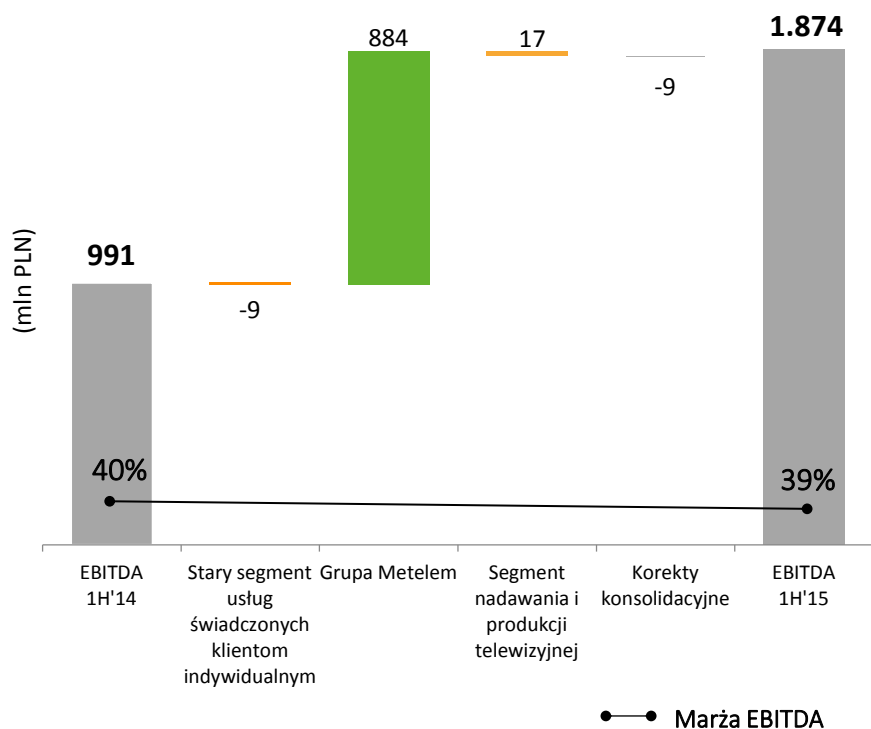
# EBITDA i zysk netto – czynniki zmian 1H'15



## EBITDA

zmiana r/r

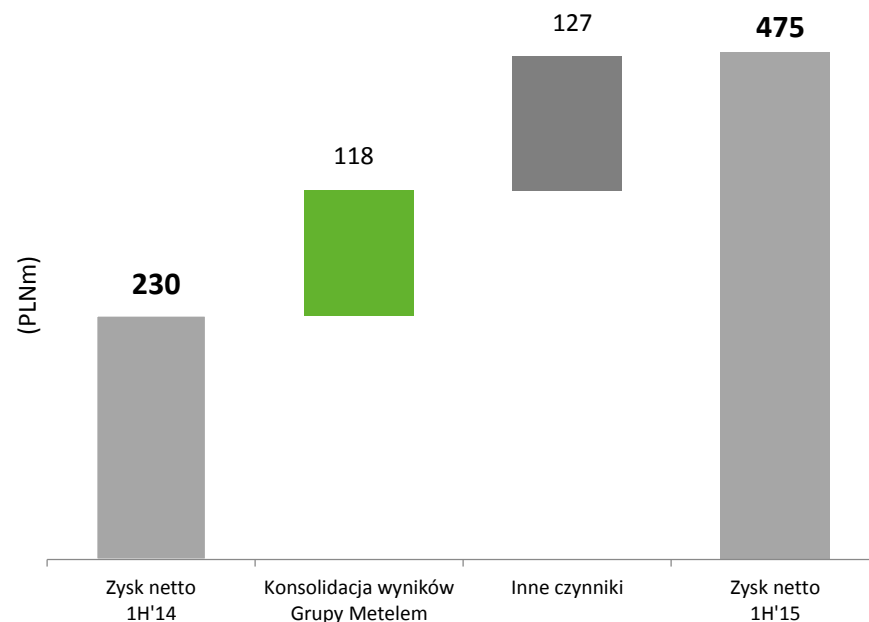
**+89%**  
**+883 mln**



## Zysk netto

zmiana r/r

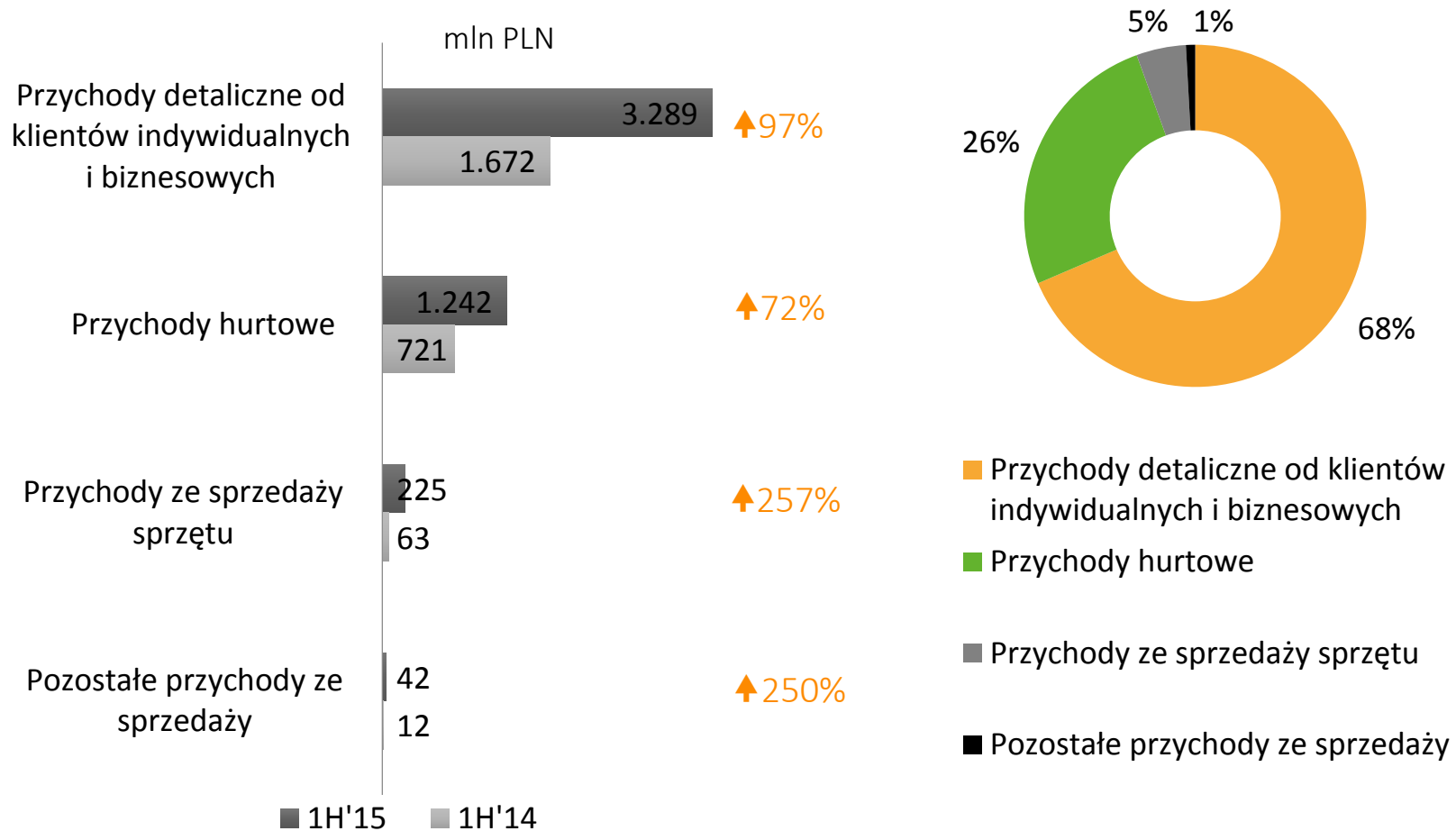
**+106%**  
**+245 mln**



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



# Struktura przychodów ze sprzedaży w 1H'15

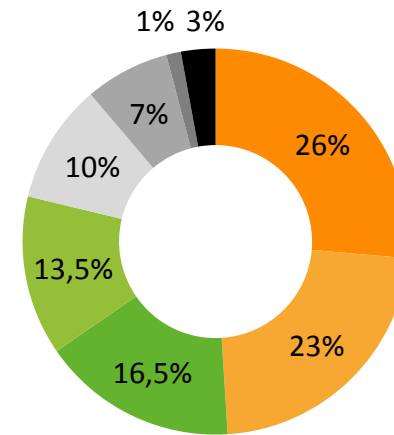
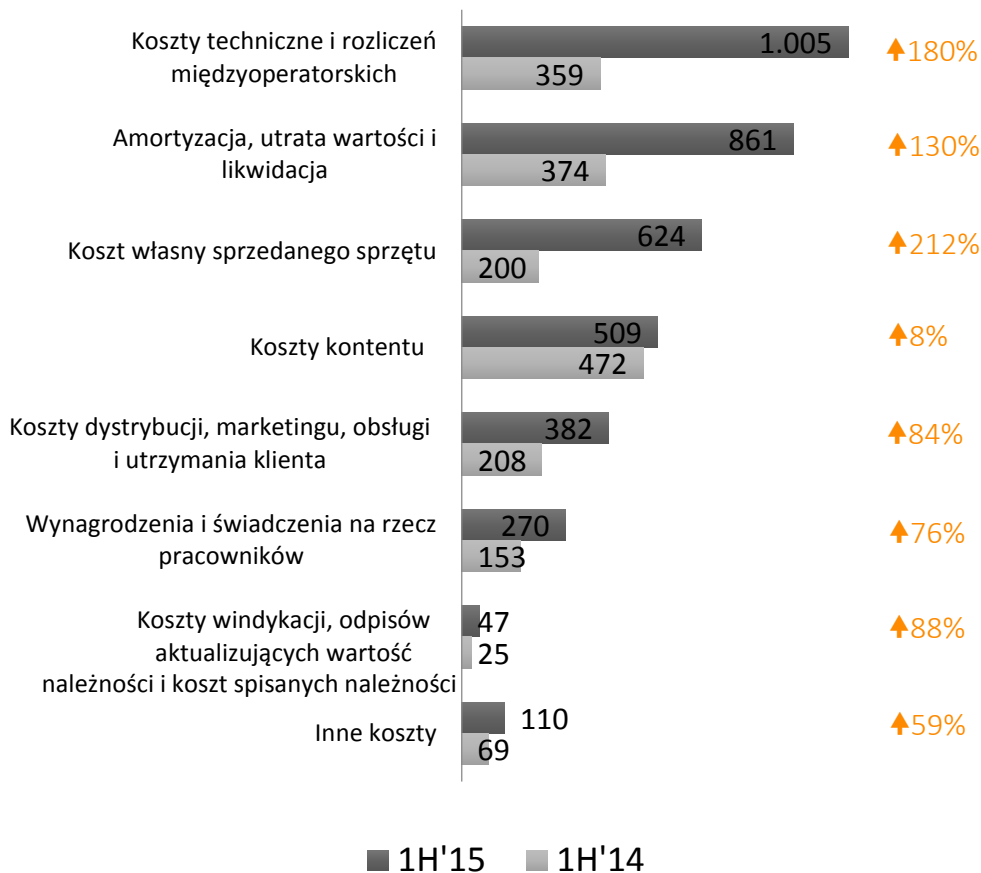


Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

# Struktura kosztów operacyjnych w 1H'15



mln PLN



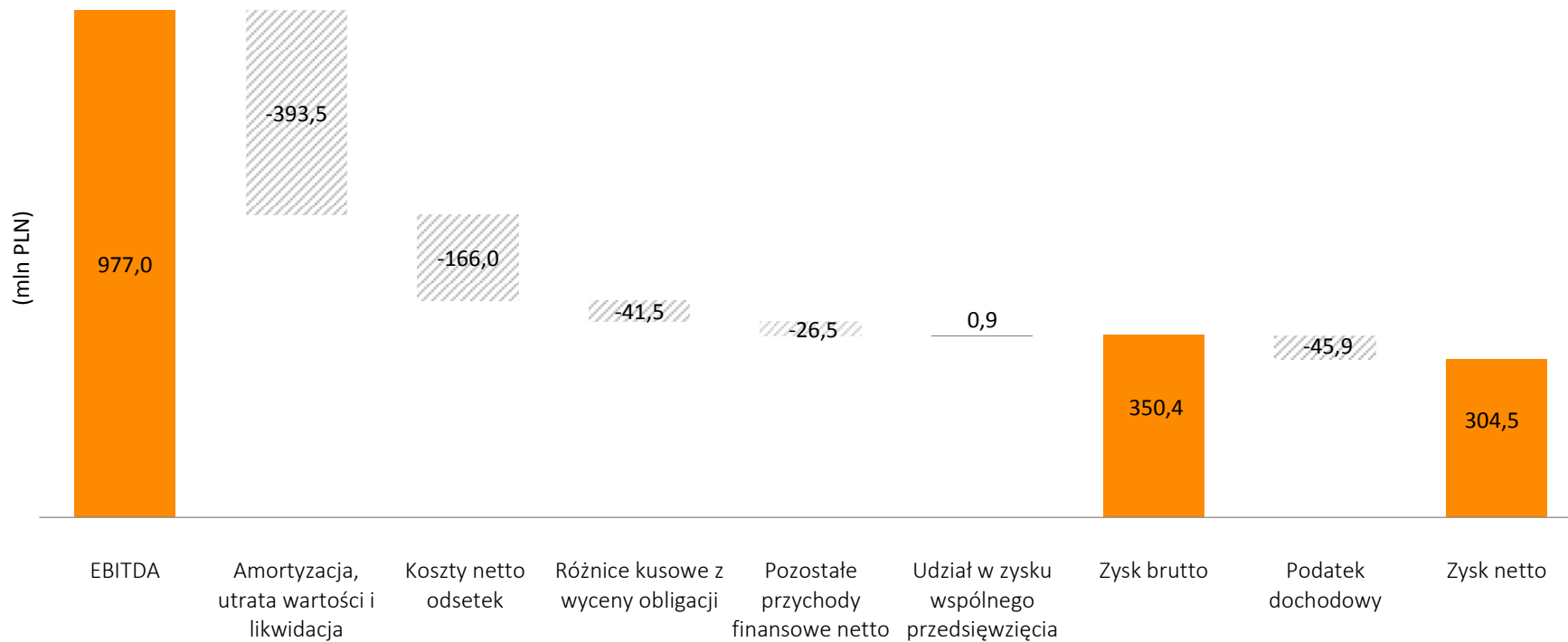
- Koszty techniczne i rozliczeń międzyoperatorskich
- Amortyzacja, utrata wartości i likwidacja
- Koszt własny sprzedanego sprzętu
- Koszty kontentu
- Koszty dystrybucji, marketingu, obsługi i utrzymania klienta
- Wynagrodzenia i świadczenia na rzecz pracowników
- Koszty windykacji, odpisów aktualizujących wartość należności i koszt spisanych należności
- Inne koszty

Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne



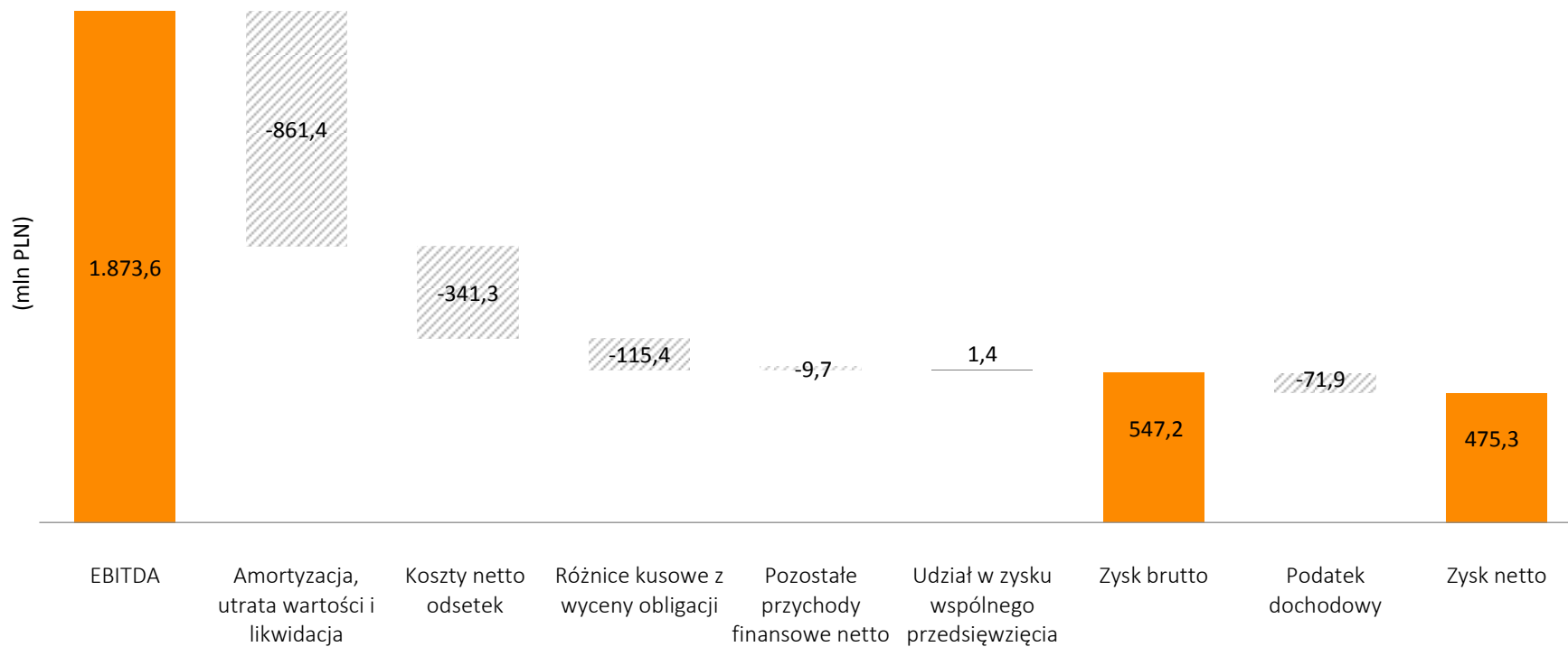


# Pozycje poniżej EBITDA w 2Q'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

# Pozycje poniżej EBITDA w 1H'15



Źródło: Skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres 3 i 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2015 r. oraz analizy wewnętrzne

<b>RGU (Revenue Generating Unit)</b>	Pojedyncza, aktywna usługa płatnej telewizji, dostępu do Internetu lub telefonii komórkowej, świadczona w modelu kontraktowym lub przedpłaconym.
<b>Klient</b>	Osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, posiadająca co najmniej jedną, aktywną usługę świadczoną w <b>modelu kontraktowym</b> .
<b>ARPU kontrakt</b>	Średni miesięczny przychód od <b>Klienta</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>ARPU pre-paid</b>	Średni miesięczny przychód od <b>RGU pre-paid</b> wygenerowany w danym okresie rozliczeniowym (uwzględnia przychody z interconnect).
<b>Churn</b>	<p>Rozwiązanie umowy z <b>Klientem</b> w drodze wypowiedzenia, windykacji lub innych działań, skutkujące tym, że po skutecznym rozwiązaniu umowy, Klient nie posiada żadnej aktywnej usługi świadczonej w modelu kontraktowym.</p> <p>Wskaźnik churn prezentuje stosunek liczby klientów, którym dezaktywowano ostatnią usługę (w drodze wypowiedzenia, jak i dezaktywacji w wyniku działań windykacyjnych lub z innych przyczyn) w okresie ostatnich 12 miesięcy do średniorocznej liczby klientów w tym 12 miesięcznym okresie.</p>
<b>Definicja użyciowa (90-dni dla RGU pre-paid)</b>	<p>Liczba raportowanych RGU usług przedpłaconych w ramach telefonii komórkowej oraz Internetu oznacza liczbę kart SIM, które w ciągu ostatnich 90 dni wykonały albo otrzymały połączenie, wysłały albo otrzymały SMS/MMS albo skorzystały z usług transmisji danych.</p> <p>W praktyce oznacza to, iż dana karta w okresie minionych 90 dni musiała być włożona do telefonu bądź innego urządzenia, które było uaktywnione i było w stanie wykonać bądź odebrać połączenie, wiadomość, sesję transmisji danych. Definicja użyciowa 90-dniowa eliminuje tym samym karty nieaktywne.</p> <p>Według powyższej definicji UKE corocznie zbiera dane operatorów mobilnych działających w Polsce, celem przygotowania przez Komisję Europejską porównania realnej penetracji mobilnymi usługami telekomunikacyjnymi w krajach Unii Europejskiej (tzw. raport Agencji Cyfrowej).</p>



# Kontakt

## Relacje Inwestorskie

Łubinowa 4A  
03-878 Warszawa

Tel.: +48 (22) 356 6004 / +48 (22) 426 85 62 / +48 (22) 356 65 20  
Email: [ir@cyfrowypolsat.pl](mailto:ir@cyfrowypolsat.pl)

[www.grupapolsat.pl](http://www.grupapolsat.pl)

